

沈信團隊在設計數字藏品。大公報記者王莉攝

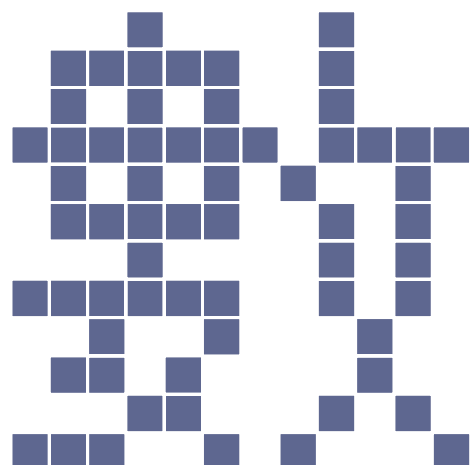


兩位北京市民欣賞、討論數字藏品藝術展。中新社

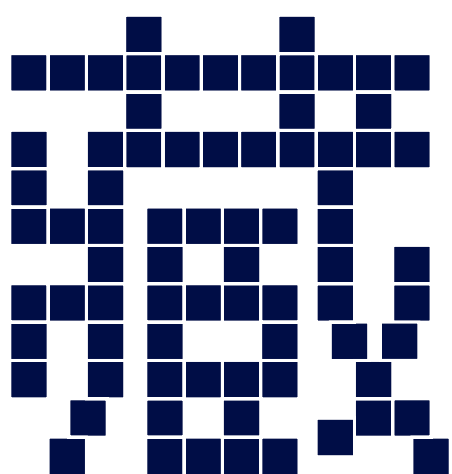
數字藏品一年前增值百倍 一年後跌穿發行價



敦煌瑞獸數字藏品。

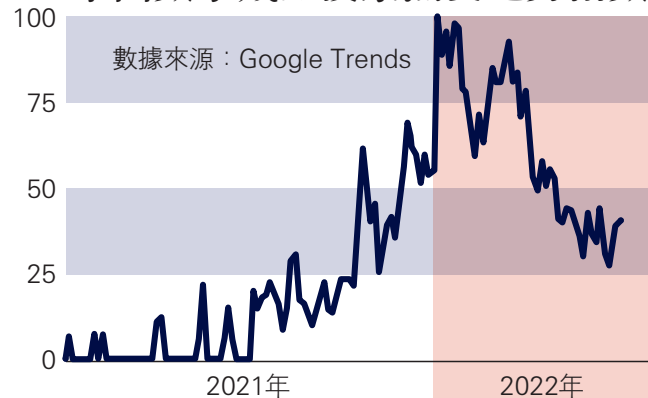


不清的機會



不住的風險

中國數字藏品搜索熱度趨勢指數



部分數藏平台清退情況

Table with 2 columns: Platform Name (幻核, 一度夢幻, 鯨聖META, 盜藏藝術, 鯨落藝術) and Withdrawal Details (清退時間, 官方清退理由, 清退方案).

投機不成蝕把米 小賺大虧佔多數



市民在上海一家美術館欣賞數字藏品。

「今天我們又被市場監管局叫去處理買家投訴的事情。由於價格下跌，有些藏品砸手裏了，所以買家們去投訴、去平台公司示威的都有。」沈信頗為無奈。

記者在一個400人的數字藏品買家群裏問：「你們都掙到錢了嗎？」大多數表示「開始賺到了，現在都套牢了。」一位群友說，「開始19.9、29.9買進，50、60賣掉，賺了點小錢就有點昏頭了。」



世界互聯網大會上數字藏品仍是熱點。大公報記者王莉攝

經營者：虛實結合 才能長久

在等待數字藏品相關規範與規則出台的時，沈信體會到：「數字藏品本就是在元宇宙中的一種表現形式，經過這一年多的折騰，我深刻體會到，虛擬還是得和實體結合，而且從用戶群體和目前的大環境來看，最好的結合點就是社交屬性。」

他透露，其團隊規劃打造的，以數字藏品為基礎的元宇宙酒吧社區已上線。他舉例：「我們目前已經和同城20多家實體酒吧談好合作，比如買家在線上購買一款39.9元的酒吧內容數字藏品，除了可以在元宇宙酒吧裏參與社群活動，還可以在線下酒

吧換取酒品消費。虛實結合，數字藏品發展才能更長久。我們計劃一年內將合作酒吧發展到全國200家，然後陸續在元宇宙中開設電影院、開辦演唱會等。」

其實，數字藏品與實體經濟的結合有不少企業已在嘗試。今年4月，絲綢品牌萬事利在鯨探推行了三款數字藏品，用戶可選擇定製一款相應圖案的實體絲巾，以數字藏品為載體刷新C2M模式，發售3天線上銷量增50%。

在紅洞數藏聯合創始人高永霖看來，在中國交易條件相對嚴格的情況下，需要給數字藏品注入更多使用價值，有權益能用起來，才具備一定的交換流通價值。「最終目標是打造完整商業生態閉環，可以理解為打造一個元宇宙IP。」

「好的數字藏品首先是藝術品」

作為中國較早進行數字藝術探索的藝術家，浙江美術館館長應金飛（左圖）創作的數字藏品《「風華正茂」#2》今年3月上線，該作品以他的經典水墨代表為藍本進行數字轉化，限量發售10000份，上線即刻售罄。

「好的數字藏品首先是一件藝術品，藝術性是最重要的。」在應金飛看來，藝術性是數字藏品的根本和底線。「基本的藝術水準應該達到，而不是低俗的、媚俗的，或者只是一個數字化的創作而已。因此數字藏品不能完全金融化，應該守住藝術性底線，過度的金融化會使其喪失最基本的屬性，也會為資本炒作提供土壤。」

「數字藏品最重要的第二點就是原創性，如果沒有原創性，版權都是虛幻的。」應金飛認為，這一問題在博物館

體系的數字藏品中最明顯。「各大博物館館藏文物的所有權歸屬於國家，博物館只有管理保管的權利，目前這些文物的數字化產品沒有原創性的體現，並沒有轉換文物的性質。只有在文物的基礎上進行有創意的二次創作，由此生成的文創作品，才有「版權」之說，才可以進入數字藏品市場。而這也是博物館應當承擔起的文化引導、審美引導責任，更是當前市場所需要的產品。」

近期，騰訊宣布，旗下經營了一年十天的數字藏品平台幻核正式停止發行。消息猶如重磅炸彈，給近來一路下滑的數字藏品市場雪上加霜。一年前，無論大小平台只要上新，款款秒殺，二級市場更是百倍增值；而一年後，藏品滯銷，價格破發，「大廠」離場，「小廠」跑路。據不完全统计，僅9月份就有21家數字藏品平台發布清退公告。數字藏品市場熱潮褪去，後續該何去何從，成了賣家、買家及平台共同面對的問題。「像我們這樣繼續撐着的，都盼望盡快出台清晰的行業政策與規定。」杭州某數字藏品平台經營者沈信（化名）道出業界心聲。

「數字藏品本質就是NFT的概念，Non-Fungible Token，非同質化代幣，這幾年也在國外也非常盛行，只不過中國不允許開展任何形式的虛擬貨幣業務，所以就改名叫「數字藏品」。」沈信解釋，數字藏品底層就是一項區塊鏈技術，使用區塊鏈技術對應特定作品、藝術品生成唯一數字憑證，在保護其數字版權的基礎上，實現真實可信的數字化發行、購買和收藏。

平台賺「快錢」良莠不齊

「『數字藏品』在元宇宙背景下，是一種行業趨勢，一點問題都沒有。之所以會變成如今局面，主要是它興起時賺錢速度快得超出所有人的想像，於是吸引那些抱着「賺快錢」目的的資本瘋狂入場。」去年11月，沈信作為發行方上線了第一款數字藏品，「當時單價是49.9元一個，限量4000個。上線瞬間就銷售一空，銷售額幾秒鐘近20萬。」

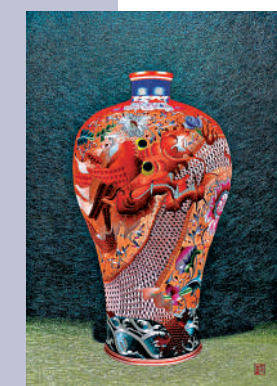
他說，一般銷售分成，發行方佔比20%，平台方抽成10%。「最瘋狂的時候，一家發行方一天上線一二十款新品是常事，一天收入就是幾十萬。我聽說一家平台方，一天銷售額一千多萬，平台一天抽成就一百多萬。這錢賺得多快，換誰都心動。」

受巨大利益的驅使，沈信在今年7月從發行方轉為平台經營者，他後悔當初的決定，「現在果然套進去」了。有數據顯示，2019年至2022年7月，中國內地數字藏品平台數量已經達到998家，其中2022年上半年新增640家，佔比64.1%，而交易用戶總量僅為300萬人。越來越多平台為賺「快錢」而增發同質化嚴重、良莠不齊的產品，與用戶規模無法取得新突破之間的矛盾也被視為「數字藏品」後勁不足的主要原因之一。

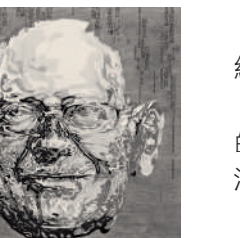
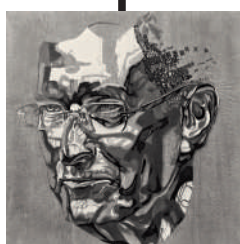
提升准入門檻 規範二級市場

在沈信看來，提升准入門檻以及如何更好「去金融化」，規範二級市場管理是目前數字藏品規範發展的當務之急。今年以來，多家行業自律機構紛紛發出倡議，推動數字藏品市場規範發展。4月26日，中國互聯網金融協會等3部門聯合發布《關於防範NFT相關金融風險的倡議》；6月30日，中國文化產業協會聯合近30家機構發起《數字藏品行業自律發展倡議》；9月4日，《數字藏品合規評價準則》（團體標準）正式發布，其中明確提出數字藏品僅限於使用目的流轉，不可開展炒作、洗錢、代幣化、金融化、證券化等掛牌或私下非法交易流轉。

浙江大學國際聯合商學院數字經濟與金融創新研究中心聯席主任、研究員盤和林認為，一方面，要建立數字藏品交易的合法渠道，對二級市場交易進行跟蹤監管，以合理的市場規制讓數字藏品交易擺在檯面上；另一方面，要強調數字藏品的原創性，可以將數字藏品結合知識產權認證，用底蘊吸引消費者，促進文化市場和商品市場的良性互動。



沈信團隊的數字藏品。受訪者供圖



應金飛數字作品。受訪者供圖



應金飛館長。受訪者供圖